

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA MANAGEMENTU

Získávání dodatečných finančních zdrojů pro zajištění soutěží mládežnických kategorií
v basketbale

Acquisition of Funds to Financing Competitions in Youth Categories in Basketball

Student: Adam Blažej

Vedoucí bakalářské práce: Mgr. Milena Černá

Ostrava 2012

VŠB - Technická univerzita Ostrava
Ekonomická fakulta
Katedra managementu

Zadání bakalářské práce

Student: **Adam Blažej**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **6208R101 Sportovní management**
Téma: **Získávání dodatečných finančních zdrojů pro zajištění soutěží
mládežnických kategorií v basketbale**
**Acquisition of Funds to Financing Competitions in Youth Categories in
Basketball**

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
 2. Teoretický úvod do problematiky
 3. Možnosti získávání dodatečných finančních zdrojů pro basketbalový klub
 4. Vyhodnocení výsledků šetření, návrhy a doporučení
 5. Závěr
- Seznam použité literatury
Seznam zkratk
Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce
Seznam příloh
Přílohy

Seznam doporučené odborné literatury:

- BORLOVÁ, Ilona et al. Novýdělenné organizace. Praha: Aspi, 2008. 291 s. ISBN 978-80-7357-330-0.
DURDOVÁ, Irena. Sociálně-ekonomické aspekty sportu. Ostrava: Repronis, 2004. 86 s. ISBN
80-7329-075-8.
KEULER, Kevin a Philip KOTLER. Marketing a management. 12. vyd. Praha: Grada, 2007. 793 s. ISBN
978-80-247-1395-5.

Formální náležitosti a rozsah bakalářské práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.

Vedoucí bakalářské práce: **Mgr. Milena Černá**

Datum zadání: 25.11.2011

Datum odevzdání: 11.05.2012



Ing. Petra Horvátová, Ph.D.
vedoucí katedry

prof. Dr. Ing. Dana Duhošová
děkanka fakulty

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma *Získávání dodatečných finančních zdrojů pro zajištění soutěží mládežnických kategorií v basketbale* vypracoval samostatně za použití uvedených zdrojů, svých poznatků a konzultací s vedoucím práce.

V Ostravě dne 11. 5. 2012

.....

Děkuji své vedoucí práce za užitečné nápady a ochotu při konzultacích a Mgr. Dušanu Hrdličkovi a Mgr. Petru Hálovi za poskytnutí kvalitních informací, které mi velmi pomohly při zpracování této bakalářské práce.

Obsah

1 ÚVOD	5
2 TEORETICKÝ ÚVOD DO PROBLEMATIKY	7
2.1 Ekonomické aspekty sportu.....	7
2.1.1 Marketing, sportovní marketing	7
2.1.2 Management, sportovní management	8
2.2 Nezisková organizace	9
2.2.1 Zájmové sdružení právnických osob.....	11
2.3 Možnosti získávání finančních prostředků ve sportu	12
2.3.1 Finanční prostředky z veřejných rozpočtů	12
2.3.2 Další možnosti získávání finančních prostředků ve sportu.....	14
2.3.3 Sponzoring ve sportu.....	18
2.4 Náklady a výnosy	20
2.4.1 Náklady	20
2.4.2 Výnosy.....	21
2.5 Fundraising jako plánovaný proces	21
2.5.1 Způsoby fundraisingu.....	22
2.6 SWOT analýza.....	23
2.6.1 Externí prostředí.....	23
2.6.2 Interní prostředí.....	23
2.6.3 Formulace cíle.....	24
2.7 Výzkumné metody a techniky	25
2.7.1 Rozhovor	25
3 MOŽNOSTI ZÍSKÁVÁNÍ DODATEČNÝCH FINANČNÍCH ZDROJŮ PRO BASKETBALOVÝ KLUB	27
3.1 Charakteristika sportu	27
3.2 Charakteristika klubu BCM Ostrava.....	27
3.3 Analýza nákladů	28
3.4 Analýza výnosů	30
3.5 Získávání finančních prostředků	32
3.5.1 Finanční prostředky plynoucí z výchovného a přestupů.....	32
3.5.2 Dotace a granty	34
3.5.3 Příspěvek od České basketbalové federace	35

3.5.4 Oddílové příspěvky	35
3.5.5 Sponzorské příspěvky	36
3.5.6 Dary	36
3.5.7 Příjmy z organizování akcí	36
3.5.8 Výnosy z reklamy	37
3.5.9 Finanční prostředky ze zdrojů Evropské unie	37
3.6 Rozhovor s Mgr. Dušanem Hrdličkou	38
4 VYHODNOCENÍ VÝSLEDKŮ ŠETŘENÍ, NÁVRHY A DOPORUČENÍ	41
4.1 SWOT analýza klubu BCM Ostrava v oblasti získávání finančních zdrojů	41
5 ZÁVĚR	44
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	45
SEZNAM ZKRATEK	47
PROHLÁŠENÍ O VYUŽITÍ VÝSLEDKŮ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE	
SEZNAM PŘÍLOH	
PŘÍLOHY	

1 Úvod

Předmětem mé bakalářské práce jsou finanční zdroje, které využívá basketbalový klub BCM Ostrava k zajištění všech svých soutěží. Možnosti získávání těchto zdrojů jsou nejen v basketbale, ale celkově ve sportu značně omezené, respektive těžko dosažitelné, byť se sport stal v poslední době fenoménem, jehož podporuje celá řada faktorů a jehož se aktivně účastní lidé různého sociálního postavení a věku. Zároveň lze také s rozvojem sportu registrovat rozvoj oblasti sportovního marketingu a managementu, nárůst druhů sportovních produktů a celkově podnikatelské činnosti související se sportem.

Toto téma jsem si vybral, protože už od mládí zaujímám k basketbalu aktivní přístup a ke klubu BCM Ostrava mám relativně blízko. Druhým důvodem, který mě přiměl k vypracování této bakalářské práce, je můj zájem v problematice získávání finančních prostředků a celkově hospodaření kteréhokoliv sportovního klubu, rekreačního oddílu, nebo sportovního střediska.

Cílem mé bakalářské práce je analýza struktury zdrojů finančních prostředků a jejich následné využívání basketbalovým klubem zaměřeného na výchovu mládeže a následně navržení možných příležitostí k získání dalších zdrojů finančních prostředků, či zefektivnění momentálních zdrojů financí klubu.

Tato bakalářská práce se skládá ze tří částí. První, teoretická část, se zabývá vymezením všech důležitých pojmů, definic a skutečností, které se vyskytují v následujících částech této bakalářské práce nebo s problematikou, kterou práce řeší, blíže souvisí. Podrobněji je rozebrána problematika neziskových organizací a zájmového sdružení právnických osob, získávání finančních prostředků sportovním klubem a také SWOT analýza. Druhá, praktická část, si dává za cíl charakterizovat klub BCM Ostrava, jeho filozofii, úspěchy a cíle a analyzovat výdaje a příjmy klubu tak, aby bylo možno přehledně a detailně rozebrat všechny možnosti financování, kterých klub využívá pro zajištění svého chodu. V poslední části práce jsou popsány všechny skutečnosti, kterých klub využívá při zajištění svého chodu, stejně jako příležitosti, poskytující další potenciální finanční prostředky pro klub BCM Ostrava, které však zůstávají nevyužity. Součástí této závěrečné části práce je také návrh, jak a co nejefektivněji čelit hrozbám, které na basketbalový klub působí. V této

závěrečné části práce je použita metoda SWOT analýzy, která je nejvhodnější pro řešení dané problematiky.

2 Teoretický úvod do problematiky

2.1 Ekonomické aspekty sportu

Durdová (2011) tvrdí, že sport a tělesná kultura celkově je významným společenským jevem, je charakteristický jednak svými specifickými vlastnostmi a jednak svým postavením a působením ve vztahu k ostatním okruhům společenského života. Početné vazby sportu na různé vědní obory a disciplíny mají vliv na politiku státu, na výchovu, vzdělávání a umění a ovlivňují tělesný a psychický rozvoj jedince. Sport se výrazně podílí na uspokojování potřeb obyvatel a současně na sebe soustřeďuje pozornost a zájem téměř všech vrstev obyvatelstva.

Sport se podílí v České republice na hrubém domácím produktu 2% a je významným tvůrcem nových pracovních míst. Ve státech Evropské unie jsou vynakládány miliardové částky, které směřují k uspokojení obrovského zájmu lidí o sport. Stále vyšší část výdajů obyvatel plyne do oblasti sportovního vyžití. V každé vyspělé zemi, včetně České republiky, je třeba počítat s výrazným přínosem sportu a tělesné rekreace pro národní hospodářství a pohlížet na sport jako na významný ekonomický a politický faktor se značným dopadem na společnost. [2]

Současný rozvoj sportu podporuje celá řada faktorů. Je zaznamenán obrovský nárůst nových druhů sportů, nárůst objemu výrobků a služeb vztahujících se ke sportu a jejich prudký rozvoj a zvyšování kvality a stále vyšší náročnost spotřebitelů. Sportovním aktivitám se věnují lidé všech věkových a sociálních kategorií, sport a tělesná kultura obecně otevřela široké spektrum působení pro obchodní činnost a podnikání a stejně tak se intenzivně rozvíjí oblast sportovního managementu a marketingu. [2]

2.1.1 Marketing, sportovní marketing

Jak tvrdí Kotler (2007, s. 44), „Marketing je společenský proces, v němž jedinci a skupiny získávají to, co potřebují a chtějí, a během něhož vytváříme, nabízíme a svobodně směňujeme s jinými výrobky a službami, které mají hodnotu.“

Definovat pojem „sportovní marketing“ znamená vystihnout v jednom obě komponenty, marketing i sport, a přitom vycházet z obecně známé definice marketingu.

B. G. Pitts a D. K. Stotlar (1996) definují sportovní marketing jako „proces navrhování a zdokonalování činností pro výrobu, oceňování, propagaci a distribuci sportovního produktu tak, aby byly uspokojeny potřeby a přání zákazníků a bylo dosaženo cílů firmy“. [2]

Neodmyslitelnou součástí sportovního marketingu je také **sportovní reklama**.

Jak tvrdí Durdová (2009, s 61), „Reklama je placená forma neosobní prezentace výrobků, služeb nebo myšlenek subjektu, instituce nebo organizace prostřednictvím komunikačních médií. Pojem sportovní reklama je vztahován jednak k reklamě se sportovními motivy, jednak jde o reklamu, která využívá specifických médií komunikace v oblasti sportu.“

2.1.2 Management, sportovní management

P. F. Drucker (1973) uvádí: „Výklad pojmu „management“ je zvláště nesnadný. Především jde o pojem specificky americký a je obtížné ho výstižně přeložit do ostatních jazyků, dokonce i do britské angličtiny. Označuje nejen funkci, ale také lidi, kteří ji vykonávají a vyjadřuje nejen sociální postavení a jeho stupeň, ale také odbornou disciplínu a obor studia.“ Dále dodává: „...management je funkcí, disciplínou, návodem, který je třeba zvládnout, a manažeři jsou profesionálové, kteří tuto disciplínu realizují, vykonávají funkce a z nich vyplývající povinnosti.“ [4]

Jednou z nejrozšířenějších a dodnes nepoužívanějších klasifikací manažerských funkcí vytvořili v roce 1983 Američané Koontz a Weihrich ve své klasické učebnici managementu:

- plánování (planning)
- organizování (organizing)
- výběr a rozmístění pracovníků (staffing)
- vedení lidí (leading)
- kontrola (controlling) [4]

Jak tvrdí Durdová (2009, s. 7), „Pojem sportovní management lze chápat jako způsob uceleného řízení tělovýchovných a sportovních svazů, spolků, klubů, družstev, které alespoň zčásti realizují podnikatelsky orientované aktivity. Dále jde o způsob řízení v podnikatelském sektoru výroby sportovního zboží či provozování placených tělovýchovných služeb. Vznik pojmu si vynutila sama tělovýchovná a sportovní praxe, především cílenou snahou po efektivním využívání velkých finančních částek, které ve sportu kolují, uplatňováním komerčních zájmů v oblasti sportu, cílevědomým chováním v prostředí sportovní konkurence, řešením specifických problémů v oblasti tělovýchovy a sportu a v oblasti zabezpečování sportovní administrativy.“

2.2 Nezisková organizace

Podle § 18 odst. 3 zákona o daních z příjmů je nezisková organizace: „takový subjekt, který nebyl založen za účelem podnikání. Neziskovým subjektům není žádným předpisem stanoveno, že nemohou provozovat žádnou podnikatelskou činnost. Musí být ale splněna podmínka soustavné činnosti prováděné samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost a za účelem zisku.“ [2]

Ústavně právní rámec práva na sdružování je dán zejména ustanovením čl. 20 Listiny základních práv a svobod, vyhlášené usnesením předsednictva České národní rady pod č. 2/1993 Sb. (dále jen „listina“). Dle odstavce 1 citovaného ustanovení: „Právo svobodně se sdružovat je zaručeno. Každý má právo spolu s jinými se sdružovat ve spolcích, společnostech a jiných sdruženích.“ [1]

Dle zákona mohou občané (tento zákonný termín je v souladu s listinou nutno vykládat tak, že uváděná práva se vztahují nejen na občany, ale na každého) zakládat spolky, společnosti, svazy, hnutí, kluby a jiná občanská sdružení, jakož i odborové organizace, a sdružovat se v nich. Členy sdružení mohou být právnické i fyzické osoby. Součástí zákona je také právo, ve kterém je výslovně stanoveno, že nikdo nesmí být ke sdružování nucen, k členství ve sdružení ani k účasti na jejich činnosti. Kdokoliv může ze sdružení svobodně vystoupit a nikomu nesmí být občansky na újmu, že se sdružuje, že je členem sdružení, nebo že se účastní jeho činnosti. [1]

Jak již bylo řečeno, organizace neziskového sektoru jsou založeny na jiných principech, než je maximalizace zisku, z toho důvodu získávají dodatečné zdroje nad výnosy z prodeje svých aktivit, z dotací, darů, příspěvků (a to i z veřejných rozpočtů), apod. V případě, že tato organizace vygeneruje zisk, je tento zisk zpětně investován do činnosti organizace. Neziskové organizace jsou autonomní vůči státu a existují téměř ve všech oblastech činnosti společnosti a často rozšiřují nabídku organizací veřejného sektoru a komplementárně se doplňují. Neziskové organizace se vyskytují v mnoha veřejně prospěšných oblastech, jako jsou například sociální služby včetně péče o zdravotně postižené, ochraně životního prostředí, tělesné kultuře, ochraně kulturních a historických památek apod. Pokrývání širokého spektra oblastí je hlavním rysem a silnou stránkou těchto organizací, s kterou se obvykle také spojuje řada přínosů pro společnost. [6]

Neziskovými organizacemi jsou nazývány zejména organizace s veřejně prospěšnou činností, které mají ve společnosti nezastupitelný význam.

Za organizace s veřejně prospěšnou činností lze považovat:

- zájmová sdružení právnických osob
- občanská sdružení
- politické strany a hnutí
- registrované církve a náboženské společnosti
- nadace
- nadační fondy
- obecně prospěšné činnosti
- obce
- okresní úřady
- rozpočtové a příspěvkové organizace
- státní fondy [2]

2.2.1 Zájmové sdružení právnických osob

Jak tvrdí Borlová (2008, s. 69), „k ochraně svých zájmů nebo k dosažení jiného účelu mohou právnické osoby vytvářet zájmová sdružení právnických osob. Ochrana zájmů tedy obecně dovoluje jakýmkoliv právnickým osobám založit zájmové sdružení k jakémukoliv účelu. Sdružení je právnickou osobou, která za nesplnění povinností zodpovídá svým majetkem.“

K založení zájmového sdružení právnických osob se vyžaduje písemně sepsaná zakladatelská smlouva uzavřená zakladateli, nebo schválení založení sdružení na ustavující členské schůzi. O založení sdružení na této schůzi se sepíše zápis obsahující seznam zakladatelů sdružení s uvedením jejich jména (názvu) a bydliště (sídla) a podpisy členů. K zakladatelské smlouvě nebo zápisu o ustavující členské schůzi musí být přiloženy stanovy a určení osob oprávněných jednat jménem sdružení, které schválí zakladatelé nebo ustavující členská schůze. Ve stanovách musí být uveden název, sídlo a předmět činnosti sdružení, úprava majetkových poměrů, vznik a zánik členství, práva a povinnosti členů, orgány sdružení a vymezení jejich působnosti, způsob zrušení sdružení a naložení s jeho likvidačním zůstatkem. Členství ve sdružení je možno vázat na určitý členský příspěvek. Stanovy schvalují zakladatelé nebo ustavující členská schůze. Stanovy také určí způsob, jímž se tyto stanovy mění a doplňují. [1]

Sdružení nabývá právní způsobilosti dnem jeho zápisu do registru sdružení vedeného u krajského úřadu příslušného podle sídla sdružení. Do registru sdružení se uvádí název a sídlo sdružení, předmět jeho činnosti, orgány, kterými sdružení jedná a jméno a adresa trvalého pobytu osob vykonávajících jejich působnost. K návrhu na zápis do registru je třeba přiložit zakladatelskou smlouvu nebo zápis o ustavující členské schůzi spolu se stanovami. Návrh na zápis podává osoba určená zakladateli nebo ustavující členskou schůzí. [1]

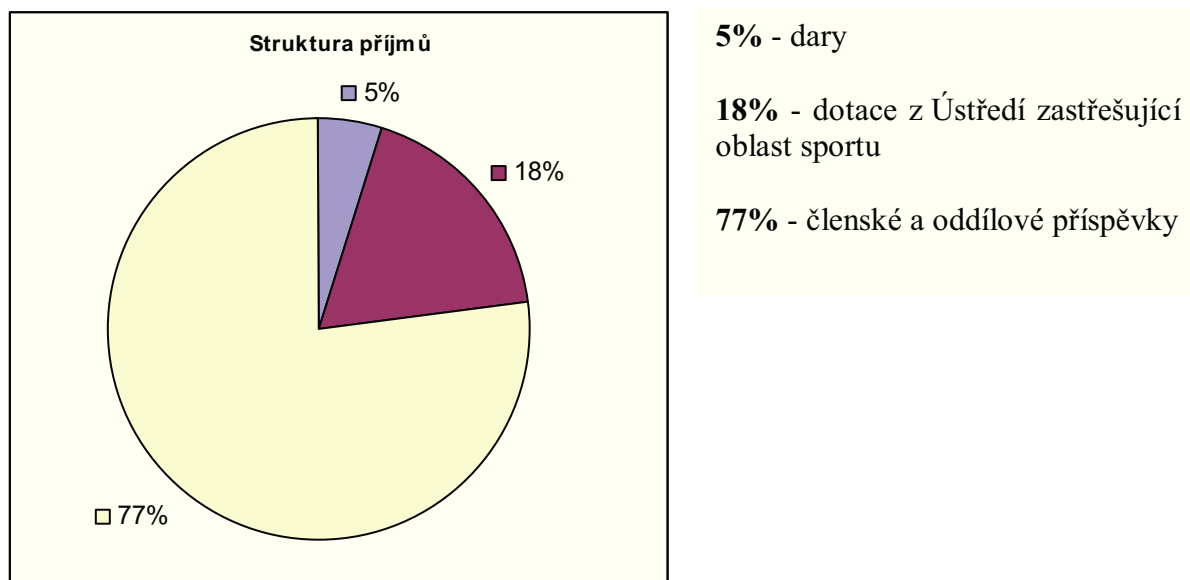
Před zánikem sdružení je třeba vykonat likvidaci, jestliže jmění sdružení nepřechází na právního nástupce. Po ukončení likvidace navrhne likvidátor jménem sdružení vymazání sdružení z registru. Tímto výmazem sdružení zanikne. [1]

2.3 Možnosti získávání finančních prostředků ve sportu

Durdová (2011) tvrdí, že největším problémem současného sportovního managementu je získávání finančních zdrojů nutných pro existenci sportovní organizace. Existuje celá řada možností, jak se může sportovní organizace k těmto finančním zdrojům dostat. Důležité si je uvědomit, že občanská sdružení, jako právní forma drtivé většiny českých sportovních organizací, splňují podstatu neziskových organizací.

Ve filozofii těchto organizací se o penězích v první řadě tedy nehovoří. Musíme mít však na paměti, že i veřejně prospěšné organizace existují v prostředí tržní ekonomiky a bez určitého množství finančních prostředků (nebo jiných zdrojů) by nemohly existovat. [10]

Graf 2.1 Struktura příjmů malé TJ bez majetku



Zdroj: [9]

2.3.1 Finanční prostředky z veřejných rozpočtů

1. Státní rozpočet

Nejvýše postaveným typem veřejného rozpočtu je rozpočet státní. Státní rozpočet je každoročně schvalován parlamentem a řídí se podle něj hospodaření státu v tom kterém kalendářním roce. Přesná skladba státního rozpočtu se pak upravuje dle samostatného zákona o státním rozpočtu. [2]

2. Rozpočet kraje

V krajích jsou prostřednictvím zastupitelstva zřízeny jednotlivé výbory pro výchovu, vzdělávání a zaměstnanost, jejichž činností je mimo jiné poskytovat dotace v oblasti mládeže, tělovýchovy a sportu. Rada kraje pak rozhoduje o poskytnutí dotace občanským sdružením působícím ve sportu a tělovýchově pro následující kalendářní rok. [4]

3. Rozpočet města nebo obce

Rozpočet města nebo obce je typem rozpočtu, který je charakterově nejbližší sportovním organizacím na úrovni sportovních klubů. Rozpočet obce je pro sportovní organizace důležitým finančním zdrojem, na který každoročně tyto organizace spoléhají. Je dobré, aby vedení sportovní organizace vědělo, z čeho se skládají příjmy a výdaje obce. Často se jedná o záležitosti individuální související s velikostí obce, geografickou polohou, demografickým složením i charakterem a rozsahem aktivit probíhajících na území této obce. [4]

Finanční prostředky získané organizací z veřejných rozpočtů se dělí na dotace a příspěvky.

- **Dotace**

Dotacemi rozumíme finanční prostředky ze státního rozpočtu, státních finančních aktivit nebo národního fondu poskytované právnickým nebo fyzickým osobám.

Existují dva základní typy dotací. Účelové, neboli specifické dotace (specific, conditional) a neúčelové dotace (general, unconditional). Oba tyto typy dotací lze použít na financování jak běžných (provozních potřeb), tak kapitálových (investičních) výdajů.

Účelové neboli specifické dotace jsou poskytovány na základě předem stanoveného účelu. Příjemce je zodpovědný poskytovateli, že je řádně užije k předem stanovenému účelu. Všeobecné **neúčelové** dotace příjemce obdrží také na základě stanoveného kritéria, ale při využívání těchto dotací není žádným způsobem omezen. [10]

- **Příspěvek**

Charakteristickým znakem příspěvku je, že je účelově vymezen a je možné jej poskytnout pouze fyzickým osobám. Příjemce dále není povinen po použití těchto prostředků dokládat poskytovateli naplnění účelu, neboť ten je obecně známý z daných skutečností.

V drtivé většině případů se u sportovních organizací hovoří o dotaci. [2]

Okruhy, v rámci kterých město Ostrava poskytuje v oblasti tělovýchovy a sportu dotace:

- Celoroční činnost subjektů zabývajících se sportovními a tělovýchovnými aktivitami, které slouží k přímému zapojení dětí a mládeže do pravidelné činnosti v jejich volném čase
- Systematická sportovní a tělovýchovná celoroční činnost (nikoliv nahodilé aktivity) sportovních subjektů, jejichž cílem je vytvoření zázemí - podmínek pro sportovní činnost dětí a mládeže
- Činnost sportovních subjektů, které se systematicky zabývají výchovou talentované sportovní mládeže, které svou činností dosahují vynikajících výsledků a současně jsou sportovními centry mládeže s akreditací MŠMT nebo sportovními základnami České obce sokolské, v rámci své činnosti smluvně spolupracují se sportovními subjekty dlouhodobě dosahujícími vynikajících výsledků v nejvyšších sportovních soutěžích v České republice a výrazně reprezentujícími statutární město Ostrava
- Významné sportovní akce, reprezentující statutární město Ostravu [18]

2.3.2 Další možnosti získávání finančních prostředků ve sportu

1. Příjmy sportovních klubů plynoucí z tzv. odstupného, výchovného a hostování

Tyto příjmy jsou nejčastější formou získávání finančních prostředků sportovními kluby.

Jak tvrdí Durdová (2011, s. 55), „Odstupné znamená, že jeden klub odstoupí své postavení smluvní strany jinému klubu a za to obdrží finanční odměnu, jejíž výše je dána dohodou.“ O výchovném Durdová tvrdí (2011, s. 55), „Výchovné je vypláceno na základě vnitřních předpisů sportovní asociace při schváleném přestupu sportovce minimálně výkonostní úrovně. Jedná se o paušální náhradu za výdaje spojené s výchovou sportovce.“

2. Příjmy z vybraných členských příspěvků

Tyto příjmy se v českých tělovýchovných jednotách využívají tradičně. Příspěvky členů lze rozdělit do tří základních skupin:

1. Zápisné, platí se pouze při vstupu nového člena do tělovýchovné jednoty, resp. sportovního klubu, jedná se v podstatě o poplatek za evidenci.
2. Členské příspěvky, platí se jedenkrát ročně (případně jedenkrát za pololetí) a slouží k financování aparátu zastřešující organizace a aparátu TJ.
3. Oddílové příspěvky, vybírají se jedenkrát ročně, za pololetí, nebo také měsíčně, slouží čistě k financování činnosti oddílu, tzn. účasti na sportovních soutěžích. [9]

Stanovení výše těchto příspěvků určuje a schvaluje valná hromada. [9]

3. Příjmy z prodeje vstupného, tržby z prodeje propagačních materiálů apod.

Tyto příjmy jsou jedním z tradičních finančních zdrojů, které české tělovýchovné jednoty a sportovní kluby využívají. V našich poměrech je významným příjmem především u ledního hokeje a kopané. V menší míře je pak zastoupen u házené volejbalu, basketbalu a florbalu. Důvodem jsou nízké kapacity sportovních hal a tělocvičen, ve kterých se tyto soutěže hrají. [10]

4. Zdroje z fondů Evropské unie

Tyto zdroje finančních prostředků jsou spojeny se vstupem České republiky do Evropské unie. Vedení sportovních klubů by mělo umět nacházet cesty a umět využít nabízených možností spojených s touto novou skutečností. O finanční prostředky z evropských fondů je třeba se ucházet kvalitními projekty v oblastech, které Evropská unie podporuje. [4]

5. Finanční prostředky ze zdrojů Českého svazu tělesné výchovy (ČSTV)

Jedná se zejména o finanční prostředky získané sportovními asociacemi od komerčních partnerů. [2]

Programy státní podpory sportu pro nestátní neziskové organizace pro rok 2011 (dále jen „Programy“) vyhlašuje Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy (dále jen „MŠMT“) v souladu se zákonem č. 218/2000 Sb., o rozpočtových pravidlech a o změně některých

souvisejících zákonů (rozpočtová pravidla), ve znění pozdějších předpisů, v návaznosti na usnesení vlády ze dne 1. února 2010 č. 92 o Zásadách vlády pro poskytování dotací ze státního rozpočtu České republiky nestátním neziskovým organizacím ústředními orgány státní správy. [17]

Po obsahové stránce je finanční podpora zaměřena na oblast:

- Státní sportovní reprezentace ČR
- Sportovně talentovaná mládež
- Všeobecná sportovní činnost
- Údržba a provoz sportovních zařízení
- Podpora modernizace a obnova sportovních zařízení [17]

6. Příjmy z organizace sportovní akce

Sportovní akcí rozumíme jednorázovou sportovní událost, která může trvat od hodiny, až po několik dní. Na sportovní akci se uskutečňuje soutěž jednoho nebo více sportů a probíhá většinou na jednom místě. Organizaci sportovní akce lze rozdělit na čtyři fáze, tzn. rozhodování o uspořádání, příprava akce, vlastní konání, uzavření a ukončení akce. Tyto jednotlivé akce mají několik dílčích činností. Pro bezproblémový průběh jednotlivých fází je vhodné si sestavit harmonogram. Důležitou součástí je také sestavení struktury předběžných příjmů a výdajů akce. [9]

Příjmy se mohou skládat z dotací mezinárodní federace (přichází v úvahu jen u mezinárodních akcí), z prodeje televizních práv, ze startovného (poplatky účastnických federací, nebo klubů), ze vstupného, merchandisingu (prodej upomínkových předmětů) apod.

Výdaje často tvoří tzv. přípravné (činnost komisi), pronájmy, ceny energií, nákupy materiálu, cestovní náhrady pořadatelům apod. [9]

7. Prostředky získané od komerčních partnerů

Sponzoring a jeho význam pro získávání dodatečných finančních zdrojů pro sportovní kluby a organizace bude dále rozebrán podrobněji, neboť se jedná o důležitý zdroj příjmů. [2]

8. Získávání finančních prostředků prostřednictvím bankovních úvěrů.

Hobza (2006) tvrdí, že banky obecně nerady poskytují úvěry na projekty související se sportem. Příčin je několik, jednou z hlavních je nízké vzdělání sportovních manažerů v oblasti ekonomie a financí. Neustále přetrvává předsudek z minulosti, že základní a rozhodující finanční zdroje jsou dotace a sponzoring, tedy pasivní pozice získávání zdrojů. [5]

Sport a tělesná kultura obecně mají přitom všechny vlastnosti významného ekonomického činitele. Je jen otázkou času, kdy stále více poroste „společenská zakázka“ po sportovních produktech a zaměření obyvatelstva na zdravý způsob života a trávení volného času především tělesnou rekreací. Pro další rozvoj sportu pak chybí jediné – zdroje finančních prostředků. Jednou z možností jak získat dostatečné množství finančních prostředků jsou právě bankovní úvěry. [6]

Chce-li být sportovní manažer v získávání bankovních úvěrů úspěšný, musí respektovat podmínky banky, přijmout její kritéria, pravidla a také musí sjednotit pojmový aparát. Sjednáním pojmového aparátu se myslí pochopení těchto kategorií v tomto pořadí: vize, strategie, podnikatelský záměr, podnikatelská plán. [6]

Podnikatelský záměr by měl obsahovat následující fakta:

1. Stručný popis podnikatelského záměru, jeho místo v podnikatelské strategii
2. Právní podklad-doklad o původu kapitálu a podnikatelském subjektu
3. Zakladatelskou smlouvu
4. Stručný popis společnosti
 - Vlastnická struktura
 - Charakteristika společnosti
 - Popis prostředí, analýza trhu, konkurence
 - Management a organizační struktura
 - Vlastní popis výsledků podnikatelské činnosti v oblasti ekonomické, obchodní, investiční
5. Popis podnikatelského záměru
 - Začlenění v podnikatelské strategii
 - Podrobný popis produktu (služby), kvantifikace investice
 - Obchodně ekonomické vyjádření k podnikatelskému záměru

6. Analýzu podnikatelského záměru
7. Hodnocení podnikatelského záměru navrhovatelem
8. Výkazy zisku a ztrát, rozvahy a cash-flow za poslední dva-tři roky
9. Podnikatelskou vizi, úvaha nad budoucími trendy příslušného oboru [6]

9. Speciální aktivity poskytující zdroje pro zabezpečení sportovního procesu

Jsou takové aktivity, které nabízejí sportovní i nesportovní vyžití i nečlenům klubu. Čisté výtěžky z těchto aktivit jsou pak zdrojem financování. [10]

Získané finanční prostředky lze dále rozdělit také na vnější a vnitřní. Vnějšími finančními prostředky rozumíme prostředky získané z veřejných rozpočtů, zdrojů Evropské unie a prostřednictvím sponzoringu. Mezi vnitřní finanční prostředky řadíme příjmy z členských a oddílových příspěvků, příjmy odstupného a hostování, z organizování sportovní akce apod.

2.3.3 Sponzoring ve sportu

Jak tvrdí Durdová (2009, s. 55), „sportovní sponzoring je partnerský vztah mezi hospodářstvím (firmou, podnikem) na jedné straně a sportem, přičemž dochází k uspokojování zájmů obou zúčastněných stran. Jedná se o specifickou vazbu mezi sponzorem a sponzorovaným, kdy peněžní, věcné prostředky a služby se dávají k dispozici osobám a organizacím působícím ve sportu.“

Jinou definici o sponzoringu přináší Novotný (2010, s. 129), který tvrdí, že „sponzoring je komunikační disciplína, jež využívá emocionálních vazeb a prožitků spotřebitele či zákazníka spojených se sportem k budování obchodních vazeb na daný produkt či společnost.“

Princip sponzoringu je tedy založen na vztahu služby a protislužby. Sponzor požaduje za své peníze, materiální prostředky nebo služby od sponzorovaného protislužby, například reklamu spojenou se jménem podniku samotného nebo jeho produktů. [4]

Typy a formy sponzoringu

Typy sponzoringu rozlišujeme v závislosti na podílu objemu příspěvku a jsou následující:

- **Exkluzivní sponzor**

Taktéž „oficiální sponzor“ – za vysokou cenu přejímá sponzor veškeré protivýkony.

- **Hlavní sponzor, vedlejší sponzoři**

Hlavní sponzor má nárok na nejdražší a nejatraktivnější protivýkony, na vedlejší sponzory pak zbývají méně atraktivní reklamní alternativy.

- **Kooperační sponzor**

Protivýkony jsou rozčleněny na větší počet různých sponzorů, přičemž se využívá různé doby platnosti sponzorských smluv. [4]

Charakteristické formy sponzoringu ve sportu:

- **Sponzorování jednotlivých sportovců**

Jedná se o jednu z nejrozšířenějších forem ve sportu. Osobnosti sportovců garantují kvalitu a úspěch sportovního produktu. Sponzorská smlouva je založena na právu provádět reklamu svých výrobků a služeb za pomoci vyobrazení sportovce a také na jiných opatřeních za účelem podpory prodeje (autogramiády, akce pro spotřebitele apod). Sportovec získává vedle finanční podpory velmi často také materiální prostředky (sportovní oblečení, náčiní apod).

- **Sponzorování sportovních týmů**

Tato forma sponzoringu postihuje široké spektrum sportu, od profesionálního až po rekreační oddíly. Sponzor poskytuje především finanční prostředky, sportovní vybavení, ubytovací, stravovací a jiné služby. Sponzorovaný tým pak může nabídnout především reklamu na dresu, reklamu prostřednictvím inzerátu a různá opatření na podporu prodeje produktu sponzora.

- **Sponzorování sportovních akcí**

Tento typ sponzoringu nabízí také široké spektrum možností, které je možno nabídnout sponzorovi. Jedná se např.: o reklamu v programovém letáku, reklamu na vstupenkách, na

mantinelech a ochozech stadionu, reklamu o přestávkách až po garanci titulu „hlavní sponzor akce“.

- **Sponzorování sportovních klubů**

Jedná se o formu, která nabízí velké množství protivýkonů, neboť sportovní klub disponuje jak samotnými sportovci, tak jednotlivými družstvy. Místo pro sponzoring nabízí také sportovní akce organizované klubem.

- **Sponzorování sportovních institucí**

Sportovními institucemi jsou zde myšleny svazy, federace a národní olympijské výbory. Také tento typ sponzoringu poskytuje sponzorovi široké spektrum možností reklamy. [4]

V praxi se často setkáváme s případy, kdy je sponzoring zprostředkováván pomocí **darů**. Charakteristickými znaky daru jsou bezplatnost a dobrovolnost. Předmětem daru může být prakticky cokoliv, nejčastěji to bývají peníze a materiální věci. Musí se ale jednat pouze o takové prostředky, na které má dárcce vlastnické právo. Termín bezplatnost znamená, že obdarovaný se nezavazuje poskytnout dárci jakoukoliv peněžní protihodnotu. Dobrovolnost znamená, že dárcce poskytuje majetkové hodnoty ze své vůle, tzn. dobrovolně. V praxi je možné zaregistrovat i vzájemné darování. [4]

Novotný (2010) tvrdí, že rozdíl mezi sponzoringem a darem je ten, že v případě daru dárcce (tj. strana poskytující podporu ve formě finančních či materiálních prostředků) neočekává žádnou protihodnotu od obdarovaného, která by mu posloužila při tvorbě nových obchodních příležitostí. Dárcce tedy poskytuje podporu pouze ze své vůle a vlastního přesvědčení o podpoře přínosné věci.

2.4 Náklady a výnosy

2.4.1 Náklady

Jak tvrdí Čvančarová (2009, s. 192), „náklady představují vynaložení ekonomických zdrojů na určitý výkon jako výsledek aktivity, jsou převoditelné na peníze, přinášejí

očekávaný ekonomický prospěch. Existuje účelový vztah mezi vynaloženými prostředky a provedenými výkony.“

2.4.2 Výnosy

Jak tvrdí Čvančarová (2009, s. 192), „výnosy definujeme jako ekonomický prospěch, získaný podnikem z veškerých jeho činností za určité období, který je převoditelný na peníze a je získaný účelným využitím ekonomických zdrojů.“

Rozdíl mezi výnosy a náklady podniku se nazývá hospodářský výsledek. Hospodářským výsledkem může být zisk nebo ztráta.

Zisk vznikne jako přebytek ekonomického prospěchu nad ekonomickými zdroji a je převážně cílem a podnětem podnikání. [5]

2.5 Fundraising jako plánovaný proces

Jak tvrdí Plamínek (1996, s. 102), „získávání peněz není a nemůže být nahodilá záležitost. Je to dlouhodobý proces, který by měl začínat efektivním plánováním a končit podrobným zhodnocením, na základě něhož lze zjistit, které metody skutečně nejvíce vyhovují a jsou nejúčinnější, jak tento fundraising zefektivnit, co příští rok přidat a co naopak vypustit.“

Při plánování fundraisingu se postupuje systematicky, zhruba dle následujících bodů:

- Srozumitelně a stručně definovat filozofii organizace tak, aby s ní byli všichni členové organizace srozuměni a aby byl každý člen schopen ji kdykoliv a komukoliv vysvětlit.
- Určení takových cílů, z nichž bude potencionálnímu dárci jasné, že je jich organizace schopna dosáhnout v předem stanovené časové lhůtě.
- Zapojení co největšího počtu dobrovolníků na podílení všech fundraisingových aktivit.
- Výběr co nejvhodnější metody, která bude použita pro získání peněz. Volba vhodného způsobu fundraisingu závisí na řadě faktorů, kterými jsou: množství peněz, které je třeba

získat, časový fond na průzkum vhodných finančních zdrojů a časový fond na samotnou realizaci fundraisingu.

- Sestavení seznamu potenciálních zdrojů. Optimální rozložení zdrojů je takové, ve kterém tvoří dvě třetiny celkového objemu financí velké dary a zbylá třetina dary malé.
- Požádání o dar.
- Snaha o obnovení a zvýšení daru. [10]

2.5.1 Způsoby fundraisingu

Nejběžnější způsoby, jak získat finanční zdroje, jsou:

- Osobní návštěvy
- Přímý poštovní styk
- Veřejné dobročinné akce
- Písemná žádost o grant
- Inzerce ve sdělovacích prostředcích [10]

1. Osobní návštěvy

Získání finančních prostředků je často otázka dlouhodobých jednání. Cílem kontaktu se sponzorem je představení organizace a jejích cílů tak, aby ji potencionální dárce považoval za nejlepší a za nejlepší způsob, jak peníze darovat. Důležité je mít na paměti, že lidé poskytují peníze, protože chtějí, ne protože musí.

2. Přímý poštovní styk

Jedná se o způsob získávání finančních prostředků, který je založen na rozesílání dopisů, kterými se žádá o finanční příspěvek.

3. Veřejné dobročinné akce

Jedná se především o různé benefiční koncerty, plesy a veřejné aukce.

4. Písemná žádost o grant

Při žádosti určité instituce o grant je nezbytné zjistit, zda a co tato instituce podporuje a jaká je její filozofie. Ideální je domluvení konzultace a následné zažádání o formulář, který je třeba odevzdat s projektem. Projekt by měl stručně, ale výstižně obsahovat všechny informace, které jsou pro dotyčnou instituci klíčové. [10]

2.6 SWOT analýza

Jak tvrdí Kotler (2007, s. 90), „SWOT analýza je celkové vyhodnocení silných a slabých (strengths, weaknesses) stránek společnosti, příležitostí a hrozeb (opportunities, threats). Zahrnuje monitorování externího a interního marketingového prostředí.“

2.6.1 Externí prostředí

Povinností každého podniku je monitorování klíčových prvků makroprostředí (demograficko-ekonomické, přírodní, technologické, politicko-právní a společensko-kulturní) a významných složek mikroprostředí (zákazníci, konkurenti, dodavatelé, distributoři, dealeři), které působí na schopnost podniku docílit zisku. Podnik by měl vytvořit takový marketingový informační systém, aby byl přehledný a zajišťoval informace o nejnovějších vývojových trendech. Ke každému trendu musí vedení podniku najít příležitosti a hrozby s ním spojené.

Hlavním cílem zkoumání okolního prostředí je nalezení nových příležitostí. Dobrým marketingem rozumíme umění nalézat a rozvíjet příležitosti a co nejefektivněji na nich vydělávat. Marketingová příležitost je oblastí potřeb a zájmů kupujících – existuje zde vysoká pravděpodobnost, že podnik dokáže se ziskem tyto potřeby a zájmy naplnit.

Určitou část studia externího prostředí představují hrozby. Hrozba v prostředí je výzvou představovanou určitým nepříznivým trendem, skutečností nebo vývojem, které by mohly vést, pokud nedojde k obrannému marketingovému jednání vedení podniku k poklesu zisku. [7]

2.6.2 Interní prostředí

Aby mohla podnikatelská jednotka nalézt a využít příležitosti, musí nejdříve analyzovat své silné a slabé stránky. Není nutné, aby firma odstraňovala všechny své slabé stránky, stejně tak není nutné, aby dávala na odiv své silné stránky. Je velkým otazníkem, zda by se podnik měl omezovat pouze na příležitosti, které přímo souvisí s jeho silnými stránkami, nebo zda by měl využívat i příležitosti spojené se stránkami, kterými podnik nedisponuje a které by si tudíž měl vytvořit. [7]

2.6.3 Formulace cíle

Jakmile podnik provede SWOT analýzu, může přistoupit ke stanovení určitých cílů na určité období. Tato fáze procesu se nazývá formulace cíle (goal formulation). Manažeři používají pojem cíle k popisu specifických úkolů, u kterých zohledňují jejich rozsah a čas nutný k dokončení.

Většina podniků se zabývá směsí činností tvořenou ziskovostí, růstem odbytu, kontrolou rizika, inovací a reputací. Tyto cíle stanovují manažeři podniku a poté činnost celého podniku k těmto cílům usměrňují (management by objectives – MBO). Aby systém řízení podle cílů byl funkční, musí cíle jednotky splňovat čtyři podmínky.

1. Musí být uspořádány hierarchicky, od nejdůležitějšího cíle k nejméně důležitému.
2. Cíle by měly být určeny kvantitativně (kdykoliv je to možné).
3. Cíle musí být realistické.
4. Cíle musí být konzistentní. [7]

Obr. 2.2 Obecné schéma SWOT analýzy

SWOT-analýza		Interní analýza	
		S: Silné stránky	W: Slabé stránky
E x t e r n í a n a l ý z a	O: Příležitosti	<i>S-O-Strategie:</i> Vývoj metod vhodných pro rozvoj silných stránek společnosti (projektu).	<i>W-O-Strategie:</i> Odstranění slabin pro vznik nových příležitostí.
	T: Hrozby	<i>S-T-Strategie:</i> Použití silných stránek pro zamezení hrozeb.	<i>W-T-Strategie:</i> Vývoj takových strategií, které omezí potenciální hrozby, ohrožující naše slabé stránky.

Zdroj: [15]

2.7 Výzkumné metody a techniky

Základem výzkumných metod a technik je systém pravidel a principů, které určují třídy možných systémů operací, které vedou od určitých výchozích podmínek k dosažení předem stanoveného cíle. Některé metody lze použít vícekrát, pro více vědních oborů, jiné lze naopak použít pouze pro jeden daný obor. [3]

Existují různé techniky používané ve výzkumných metodách, kterými je materiál shromažďován a díky kterým je materiál dále interpretován. Nejzákladnějšími technikami sběru dat jsou: práce s dokumenty, pozorování, osobní dotazování, telefonické dotazování, písemné dotazování, elektronické dotazování, rozhovor, laboratorní experiment, experiment v přirozených podmínkách. [11]

2.7.1 Rozhovor

Jednou z výzkumných metod je rozhovor (interview). Rozhovor je založen na bezprostředním kontaktu výzkumníka se zkoumaným člověkem nebo skupinou. Tato metoda se užívá k zajištění složitějších problémů, které je potřeba detailněji prozkoumat.

Typy rozhovorů:

- Standardizovaný, formalizovaný, kategorizovaný rozhovor – tento typ rozhovoru je založen na předem připravených otázkách, má přísný řád a svým způsobem se blíží dotazníku.
- Nestandardizovaný, volný rozhovor – tento rozhovor je také dobře připraven předem, nicméně nese prvky také běžného rozhovoru, vede k bezprostřednímu projevu respondenta.
- Polostandardizovaný rozhovor – je založen na prvcích jak standardizovaného, tak i volného rozhovoru.
- Rozhovor zjevný – výzkumník sdělí respondentovi cíl návštěvy, vyžádá si jeho souhlas a zcela otevřeně klade otázky, u nichž si následně zapisuje odpovědi.
- Rozhovor skrytý – respondent není seznámen s cílem rozhovoru, výzkumník si nemůže odpovědi zaznamenávat.
- Individuální rozhovor – rozhovor výzkumníka s jednou osobou, dělí se na rozhovor:
 1. **Měkký** – je založen na navození stavu důvěry, volnosti otázek i odpovědí,

2. **Tvrký** – výzkumník jedná autoritativně, je přísný a vyžaduje stručné a přesné odpovědi na předem stanovené otázky,
 3. **Neutrální** – tento typ rozhovoru je nejrozšířenější, vychází se z předpokladu, že respondent má zájem účastnit se prováděného výzkumu, výzkumník usměrňuje rozhovor tak, aby se dosáhlo předem stanoveného cíle.
- Skupinový rozhovor – jedná se o hromadný rozhovor prováděný současně s několika respondenty. [3]

3 Možnosti získávání dodatečných finančních zdrojů pro basketbalový klub

3.1 Charakteristika sportu

Basketbal, česky též košíková, je kolektivní míčový sport, ve kterém se dva týmy s pěti hráči na hřišti snaží získat co nejvíce bodů vhazováním míče do obroučky basketbalového koše a zabránit soupeřícímu týmu, aby body získali. Hru vytvořil v roce 1891 Dr. James Naismith pro zajištění zimní sportovní přípravy svých studentů. V roce 1932 byla založena Mezinárodní basketbalová federace (International Basketball Federation). V roce 1936 byl basketbal zařazen na pořad olympijských her a od roku 1976 se koná také ženský basketbalový turnaj. [12]

3.2 Charakteristika klubu BCM Ostrava

Basketbalové centrum mládeže Ostrava (dále jen BCM Ostrava) bylo založeno dne 11. 6. 2007 jako organizace, jejímž hlavním cílem je výchova talentované mládeže a příprava pro uplatnění hráčů v družstvech profesionálního mužského basketbalu. Zakladatelskými organizacemi byly BK NH Ostrava a.s. a BK Snakes Ostrava. Při výchově talentů spolupracuje klub se Sportovním gymnáziem Dany a Emila Zátopkových a s BK Snakes Ostrava. Právní forma organizace je zájmové sdružení právnických osob. [13]

Klub BCM Ostrava tvoří čtyři družstva:

- BCM Ostrava hrající juniorskou extraligu U 19
- BCM Moravská Ostrava hrající extraligu kadetů U 17
- BCM Slezská Ostrava hrající extraligu kadetů U 17
- BCM Ostrava hrající 2. ligu mužů [13]

Mezi největší úspěchy BCM Ostrava patří v sezoně 2007/2008 3. místo týmu kadetů U16 na Mistrovství České Republiky a 3. místo týmu juniorů U 18 na mezinárodním turnaji ve francouzském Cholet, v sezoně 2008/2009 1. místo týmu juniorů U 18 na Mistrovství České Republiky, v sezoně 2009/2010 3. místo týmu kadetů U 16 na Mistrovství České

Republiky a v sezoně 2010/2011 2. místo týmu kadetů U 16 na Mistrovství České Republiky a 3. místo na mezinárodním turnaji ve španělském Genovés.

3.3 Analýza nákladů

Náklady BCM Ostrava tvoří ve velké míře především samotné zajištění soutěží a zápasů, čímž se myslí zaplacení startovného ve čtyřech soutěžích, doprava a strava hráčů týmů při venkovních zápasech a zaplacení služeb rozhodčích při domácích zápasech. Vzhledem k tomu, že klub BCM Ostrava startuje ve čtyřech soutěžích, činila výše těchto nákladů za sezonu 2010/2011 částka 388 000 Kč.

Rovných 400 000 Kč zaujímají v nákladech klubu výplaty čtyřem profesionálním trenérům, přičemž průměrná měsíční mzda jednoho trenéra se pohybuje kolem 15 000 Kč.

Třetí největší položkou v nákladech klubu je využívání školní haly, které za sezonu 2010/2011 činilo 330 750 Kč. Tuto halu pravidelně 5x týdně po hodině a půl využívají týmy U 17 BCM Moravská Ostrava, U 17 BCM Slezská Ostrava a U 19 BCM Ostrava. Tým mužů, který je složen právě z hráčů výše zmíněných týmů, využívá halu příležitostně.

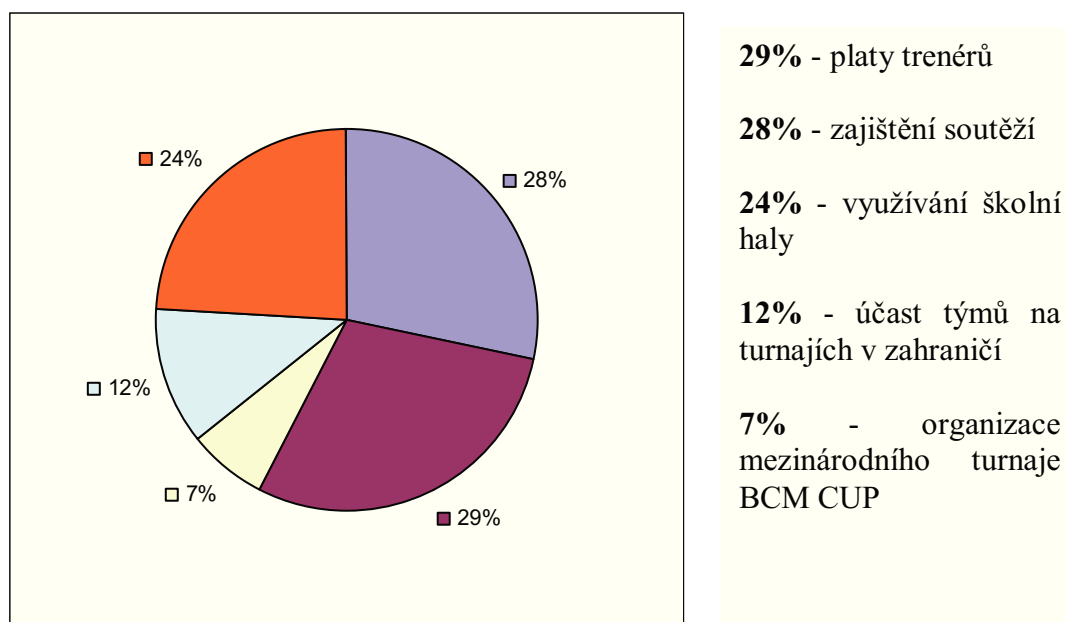
Čtvrtou největší položkou v nákladech klubu jsou účasti na mezinárodních turnajích v zahraničí. Nejčastěji klub BCM Ostrava startuje na turnajích ve Španělsku a Francii. Každoročně se těchto turnajů účastní dva týmy, přičemž náklady na jeden tento turnaj sahají do výše 80 000 Kč.

Poslední významnou položkou v nákladech klubu zaujímá pořádání mezinárodního turnaje, na který klub v roce 2011 vydal 90 000 Kč.

Tabulka 3.1 Struktura nákladů klubu BCM Ostrava v roce 2011¹

Zajištění soutěží	388 000 Kč
Platy trenérům (pracovníkům)	400 000 Kč
Organizace mezinárodního turnaje BCM CUP	90 000 Kč
Zajištění účastí na mezinárodních turnajích v zahraničí	160 000 Kč
Využívání školní haly	330 750 Kč
Náklady celkem	1 368 750 Kč

Graf 3.2 Graficky vyjádřená struktura nákladů klubu BCM Ostrava v roce 2011²



¹ Vlastní zpracování na základě informací poskytnutých klubem BCM Ostrava

² Vlastní zpracování na základě informací poskytnutých klubem BCM Ostrava

3.4 Analýza výnosů

Výnosy klubu BCM Ostrava jsou tvořeny z více oblastí. Podobně jako u ostatních sportovních klubů velkou část tvoří oddílové příspěvky, které za minulý rok dosáhly výše 198 000 Kč.

Ještě větší podíl na celkových výnosech klubu má dotace od města Ostravy za systematickou činnost klubu při výchově talentované mládeže dosahující vynikajících výsledků, která pro rok 2011 činila 410 000 Kč, a dalších 70 000 Kč získal klub od města na organizaci mezinárodního mládežnického basketbalového turnaje. Poslední dotaci od města Ostravy získal klub za celoroční činnost zaměřenou na tělovýchovné aktivity pro děti a mládež ve výši 19 500 Kč.

ČBF dotovalo klub za činnost vykonávanou jako basketbalové centrum mládeže částkou ve výši 400 000 Kč. Součástí této dotace jsou také úspěchy na domácích mistrovstvích republiky a reprezentace České republiky hráčů klubu na mezinárodní úrovni.

Vzhledem ke kvalitě hráčů hrajících v klubu může BCM Ostrava počítat také s významnou částkou plynoucí z výchovného a odstupného. Výše těchto výnosů činila pro rok 2011 částka 250 000 Kč.

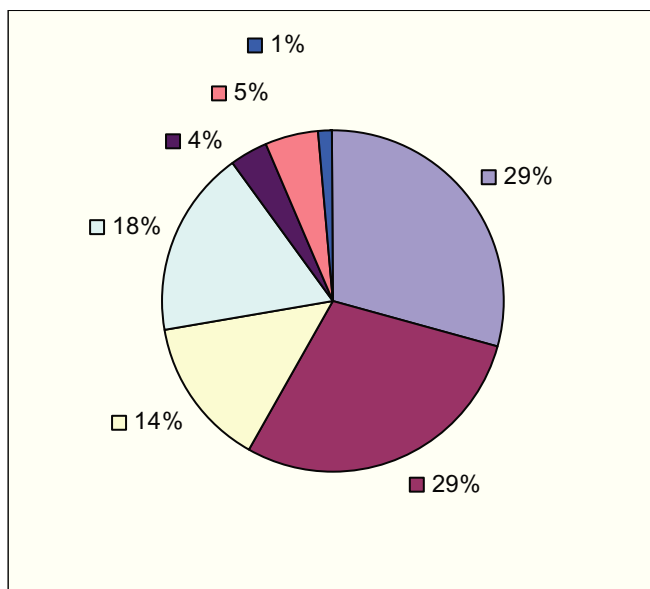
Poslední položku tvoří výnosy ze sponzoringu, které však dosahují pouze 50 000 Kč. Určitým zdrojem finančních prostředků jsou také dary, ale vzhledem k jejich nepravidelnosti a zanedbatelnosti je zbytečné je rozebírat a porovnávat s výše zmíněnými zdroji.³

³ Všechny tyto položky budou v práci níže rozebrány

Tabulka 3.3 Struktura výnosů klubu BCM Ostrava v roce 2011⁴

Dotace od města Ostravy za systematickou činnost klubu při výchově talentované mládeže	410 000 Kč
Příspěvek od ČBF	400 000 Kč
Oddílové příspěvky	198 000 Kč
Výnosy z výchovného a přestupů	250 000 Kč
Výnosy ze sponzoringu	50 000 Kč
Poskytnutá dotace od města Ostravy na mezinárodní turnaj BCM CUP	70 000 Kč
Dotace od města Ostravy za celoroční činnost zaměřenou na tělovýchovné aktivity pro děti a mládež	19 500 Kč
Výnosy celkem	1 397 500 Kč

Graf 3.4 Graficky vyjádřená struktura výnosů klubu BCM Ostrava v roce 2011⁵



29% - dotace od města Ostravy za systematickou činnost klubu při výchově talentované mládeže

29% - příspěvek od ČBF

14% - oddílové příspěvky

18% - výnosy z výchovného a přestupů

5% - poskytnutá dotace od města Ostravy na mezinárodní turnaj BCM CUP

4% - výnosy ze sponzoringu

1% - dotace od města Ostravy za celoroční činnost zaměřenou na tělovýchovné aktivity pro děti a mládež

⁴ Vlastní zpracování na základě informací poskytnutých klubem BCM Ostrava

⁵ Vlastní zpracování na základě informací poskytnutých klubem BCM Ostrava

Z výše uvedených tabulek a grafů vyplývá, že hospodářským výsledkem za rok 2011 je zisk, a to ve výši 28 750 Kč.

3.5 Získávání finančních prostředků

Z výše uvedených faktů a grafů lze vyčíst, že struktura výnosů není u klubu BCM Ostrava totožná se strukturou příjmů obdobných basketbalových klubů, u kterých zaujímají majoritní podíl v příjmech klubu příjmy z členských a oddílových příspěvků.⁶ Tento rozdíl spočívá především v zaměření a stanoveném cíli klubu na výchovu budoucích profesionálních hráčů.

Celkové hospodaření klubu je pak na dobré úrovni. Důvodem je bezesporu fakt, že vedení klubu a tým trenérů tvoří kvalifikované osoby, pohybující se v problematice jak hospodaření, tak samotného basketbalu, již několik let.

3.5.1 Finanční prostředky plynoucí z výchovného a přestupů

Jeden z výnosů, na který klub každoročně spoléhá a který pro rok 2011 činil 18% v celkových příjmech klubu, plyne z výchovného a přestupů. Je dán, jak už je zmíněno, celkovou filozofií klubu zaměřenou na kvalitu hráčů. Za necelých pět let dokázal klub vychovat hned několik hráčů hrajících nyní v Národní basketbalové lize, jednoho hráče hrajícího ve španělské dorostenecké lize a jednoho hráče hrajícího v NBA. Tato část výnosů je závislá především na kvalitě a vzdělání trenérů působících v klubu a na spolupráci s BK Snakes Ostrava, který je rovněž zaměřen na výchovu talentů. V roce 2011 získal klub BCM Ostrava 250 000 Kč za přestup Radovana Kouřila do španělského celku Lucentum Alicante.

Přesná výše výchovného v rámci České republiky se pak vypočítává dle následujících kritérií pro přestupy mládeže ČBF.

$$\mathbf{F\acute{U} = (Z\acute{C}D \times P H O \times S \times R D) + (Z\acute{C}\acute{Z} \times \acute{Z} \times R\acute{Z}) + (1000 \times N)}$$

⁶ Viz graf 2.2 Struktura příjmů malé TJ bez majetku, str. 12.

Kde

ZČD – základní částka pro dorost

ZČŽ – základní částka pro žáky

Ž – 2,1,0 – když hráč měl (2 nebo 1) nebo neměl (0) licenci v posledních dvou hracích obdobích v kategorii žáků

PHO – počet ukončených hracích období za dorost

S – nejvyšší třída soutěže, kterou hraje družstvo klubu, do něhož je hlášen přestup

RD – reprezentant ČR v dorosteneckých soutěžích

RŽ – reprezentant ČR v žákovských soutěžích

N – počet hracích období, kdy hráč měl licenci dříve než poslední dvě hrací období v kategorii žáků, max. však 3

1000 – částka za každé dřívější hrací období než poslední dvě hrací období v kategorii žáků

Poznámka: v případě „postaršení“ žáka do dorostu se odehrané hrací období počítá jako období za dorost [13]

a) Základní částka:

ZČD – 12 000 Kč

ZČŽ – 6 000 Kč

b) PHO se počítá takto

- každé ukončené hrací období v dorostu se počítá jako 1 hrací období
- v případě přestupu v průběhu hracího období (po 1. 10.) se počítá 1 polovina hracího období
- počet ukončených hracích období se počítá ke dni přestupu (datum podání přestupu), tedy obvykle před zahájením hracího období

c) S – nejvyšší třída soutěže, kterou hraje družstvo klubu, kam hráč přestupuje

- oblastní soutěž mládeže nebo přestup do klubu, jehož družstvo dospělých hraje maximálně oblastní soutěž; S=1
- dorostenecká liga (extraliga, I. liga nebo II. liga) nebo přestup do klubu, jehož družstvo dospělých hraje I. nebo II. ligu; S=1,5
- přestup do klubu, jehož družstvo dospělých hraje NBL; S=2

d) RD, RŽ v dorostu a žácích

- reprezentant RD, RŽ = 2
- nereprezentant RD, RŽ = 1 [16]

3.5.2 Dotace a granty

Většina basketbalových, ale obecně i sportovních oddílů využívá finančních prostředků plynoucích z municipalit. Nicméně tyto dotace nelze využít na investice, či mzdy zaměstnanců. Klub BCM Ostrava užívá tyto příjmy k pokrytí nákladů spojených s účastí všech týmů ve svých soutěžích. Součástí těchto nákladů jsou kromě startovného také náklady na dopravu a stravu.

Dotace od města Ostravy jsou stěžejním výnosem klubu a lze je rozdělit na dva různé zdroje.

První typ dotací města Ostravy, který klub využívá, se nazývá „Činnost sportovních subjektů, které se systematicky zabývají výchovou talentované sportovní mládeže, které svou činností dosahují vynikajících výsledků a současně jsou sportovními centry mládeže s akreditací MŠMT nebo sportovními základnami ČOS, v rámci své činnosti smluvně spolupracují se sportovními subjekty dlouhodobě dosahujícími vynikajících výsledků v nejvyšších sportovních soutěžích v České republice a výrazně reprezentujícími statutární město Ostrava.“ Z tohoto typu poskytování dotací klub BCM Ostrava získal v roce 2011 410 000 Kč, což se rovnalo 29% z celkových příjmů. Původní žádost klubu však byla stanovena na 1 000 000 Kč. Konkrétní projekt klubu byl pak pojmenován jako „Sportovní centrum mládeže - výchova talentů“. [18]

Druhým zdrojem financí od města Ostravy byly pak poskytnuté dotace na „Celoroční činnost subjektů zabývajících se sportovními a tělovýchovnými aktivitami, které slouží k přímému zapojení dětí a mládeže do pravidelné činnosti v jejich volném čase.“ Výše této dotace byla v roce 2011 19 500 Kč, ačkoliv klub žádal 50 000 Kč. V celkových příjmech klubu pak zaujímá tento zdroj pouhé 1%. [18]

Výměnou za poskytnuté finanční prostředky je městu jako jedinému subjektu nabídnuta reklama na dresu. Vzhledem k úspěšným každoročním účastem juniorských týmů na mistrovstvích České republiky a účasti těchto týmů na mezinárodních turnajích, a tudíž reprezentaci města v zahraničí, je tato spolupráce velice perspektivní.

3.5.3 Příspěvek od České basketbalové federace

Stejně jako finanční prostředky plynoucí z výchovného, tak i příspěvek od ČBF je závislý na kvalitě hráčů. Na tyto finanční prostředky mají nárok pouze basketbalová centra mládeže a výši tohoto příspěvku stanoví ČBF dle úspěchů na mistrovstvích republiky a na počtu hráčů hrajících v jednotlivých mládežnických reprezentačních výběrech. Výše těchto finančních prostředků byla stanovena na 400 000 Kč, což zaujímá 29% v celkových příjmech klubu.

3.5.4 Oddílové příspěvky

Největší rozdíl v získávání finančních prostředků klubem BCM Ostrava a ostatními kluby je bezesporu v příjmech z členských a oddílových příspěvků. Zatímco u ostatních rozpočtově podobných klubů (např. BK Snakes Ostrava) tvoří členské a oddílové příspěvky až 70%, u klubu BCM Ostrava sahají pouze do výše 14%. Nicméně množství finančních prostředků, které basketbalový klub nevytěží právě v této oblasti, se ještě ve větším množství vyskytnou ve výše zmíněných příspěvcích od ČBF a na výnosech z výchovného a z přestupů.

Jak už bylo výše řečeno, tato skutečnost je zapříčiněna filozofií klubu, která je zaměřena na výchovu profesionálních hráčů, tzn. na kvalitu, nikoliv na kvantitu. Pokud porovnáme v této oblasti klub BCM Ostrava a už zmíněný klub BK Snakes Ostrava, lze se dopracovat k závěru, že právě v této oblasti získávání finančních prostředků se oba kluby diametrálně liší. Zatímco na soupiskách všech týmů BCM Ostrava figuruje dohromady 33 hráčů, což klubu při výši oddílového příspěvku 3 000 Kč za pololetí vynese zmíněných 198 000 Kč, tak členská základna BK Snakes Ostrava sahá až do výše 300 členů, což při výši příspěvku, která je stanovena na 2 000 Kč na pololetí, znamená, že tento klub může ročně počítat až s 1 200 000 Kč z této oblasti.⁷

⁷ Více o klubu BK Snakes Ostrava v příloze

Tabulka 3.5 Členské příspěvky klubu BCM Ostrava za rok 2011⁸

Výše příspěvku na pololetí	Počet hráčů	Celková suma přijatých příspěvků za 1. pololetí	Celková suma přijatých příspěvků za 2. pololetí	Suma přijatých příspěvků celkem
3 000 Kč	33	99 000 Kč	99 000 Kč	198 000 Kč

3.5.5 Sponzorské příspěvky

Výše finančních prostředků, které do klubové pokladny přinese sponzoring, je velmi malá. Konkrétně se jedná o 50 000 Kč, což jsou pouhá 4% z celkových příjmů klubu. V první řadě je tento fakt zapříčiněn bezpochyby ekonomickou krizí a tudíž nutností obchodních společností snižovat náklady, což se pochopitelně promítne obecně do financí sportu jako celku. Druhým klíčovým faktorem v této oblasti získávání finančních prostředků je absence jakýchkoliv marketingových aspektů v klubu, což je při velikosti potenciálu klubu nejen v této oblasti klíčovou chybou.

3.5.6 Dary

Ve výnosech klubu BCM Ostrava jsou dary nepravidelnou a zanedbatelnou položkou plynoucí většinou od rodičů hráčů hrajících v klubu. Tyto finanční prostředky jsou přímo určené danému družstvu ke spotřebě.

3.5.7 Příjmy z organizování akcí

Klub BCM Ostrava každoročně organizuje mezinárodní mládežnický turnaj v basketbalu, jehož cílem je především navazovat vztahy s ostatními zahraničními kluby a šíření dobrého jména klubu mimo Českou republiku.

Zatímco však ostatní sportovní oddíly organizují podobné akce za účelem získání nových zdrojů finančních prostředků, klub BCM Ostrava za rok 2011 uvolnil na organizaci tohoto turnaje 90 000 Kč, což je 6% z celkových výdajů klubu. Vzhledem k dotování tohoto turnaje městem Ostrava, která poskytla dotaci pro projekt s názvem „BCM CUP 2010 –

⁸ Vlastní zpracování na základě informací poskytnutých klubem BCM Ostrava

mezinárodní mládežnický basketbalový turnaj“ ve výši 70 000 Kč⁹, je konečná ztráta zanedbatelná. Tato ztráta se však kladně promítá do výdajů z účastí na mezinárodních turnajích v zahraničí. Důvodem je skutečnost, že klub BCM Ostrava na turnaji BCM CUP nevybírá startovné od klubů, jejichž mezinárodních turnajů se chce také zúčastnit. Tyto kluby pak pozvou klub BCM Ostrava na své turnaje, aniž by požadovaly startovné. Tato reciprocita má za následek snížení výdajů z účasti na mezinárodních turnajích v řádech desítek tisíc korun.

3.5.8 Výnosy z reklamy

Další oblast, která se dlouhodobě může stát zdrojem finančních prostředků, jsou výnosy z reklamy. Nicméně i v této oblasti, stejně jako u sponzoringu, klub doplácí na existenci ekonomické krize a především na absenci marketingového sektoru. Dalším důvodem nevyužívání tohoto zdroje finančních prostředků je také velmi nízká návštěvnost diváků na domácích zápasech týmů BCM Ostrava (zapříčiněno především skutečností, že se zápasy odehrávají ve školní hale s velmi nízkou kapacitou), byť je vstupné zdarma. Vzhledem k úspěchům na domácí scéně a neméně úspěšnému reprezentování na mezinárodní scéně, by klub přitom mohl potencionálním zájemcům nabídnout k zviditelnění prostor například na dresech.

3.5.9 Finanční prostředky ze zdrojů Evropské unie

Klub BCM Ostrava momentálně nevyužívá žádných finančních prostředků ze zdrojů EU. Příčinou je nevypsání, respektive komplikovanost oblastí, na které Evropská unie dotace poskytuje.

⁹ Žádost o dotaci na zorganizování tohoto turnaje byla ve výši 350 000 Kč

3.6 Rozhovor s Mgr. Dušanem Hrdličkou

1. Jaký je rozpočet klubu?

Rozpočet klubu na sezonu je ve výši 1 400 000 Kč.

2. Jak velký podíl na nákladech klubu zaujímá startovné v soutěžích, platy rozhodčím, platy trenérům, využívání školní haly a tělocvičen, doprava a ubytování apod.?

Zajištění čtyř soutěží, ve kterém je započteno startovné, stravné, doprava a platy rozhodčím činí 388 000 Kč. 400 000 Kč jde i na platy trenérům za sezonu a kolem 330 000 Kč ročně platíme za užívání školní haly. Velkou položkou jsou i náklady na organizaci mezinárodního turnaje, které sahají k částce 100 000 Kč. Zbýlých 160 000 Kč pak klub každoročně utratí za účast na dvou mezinárodních turnajích v zahraničí, konkrétně ve Španělsku a Francii.

3. Kolik máte sponzorů?

Máme 3 sponzory.

4. Získáváte od sponzorů materiální nebo finanční prostředky? Jaká je jejich výše?

Celková průměrná výše finančních prostředků ze sponzoringu na sezonu je asi 50 000 Kč, což je velmi málo.

5. Promítají se špatné klubové výsledky v příjmech ze sponzoringu?

Špatné výsledky se z hlediska finančního promítnou u prostředků od České basketbalové federace, od které získáváme peníze právě podle úspěchu na mistrovstvích republiky, počtu hráčů v reprezentacích apod.

6. Jaký prostor je vyčleněn pro reklamu, kde je popřípadě umístěna?

Reklamní plakáty našich sponzorů jsou umístěny ve školní hale. Na dresech je umístěno pouze logo města Ostravy.

7. Získává Váš klub finanční prostředky ze státní sféry?

Klub získal za rok od města Ostravy 429 500 Kč na samotné zajištění soutěží, dalších 70 000 Kč na organizaci mezinárodního turnaje.

8. Pokud získáváte dotace ze státní sféry, jedná se o dotace z rozpočtu obce, nebo kraje?

Dotace získáváme od města.

9. Jaká je výše finančních zdrojů získaných z oddílových příspěvků?

Výše finančních prostředků z oddílových příspěvků je přibližně 200 000 Kč na sezonu.

10. Pokud jste v minulosti oddílové příspěvky zvýšili, promítla se tato změna ve snížení celkového počtu hráčů v klubu?

Minimálně. Vzhledem k tomu, že naši hráči mají na to, stát se profesionály či poloprofesionály, tak je minimální zvýšení neodradí.

11. Získáváte finanční prostředky za medailové pozice na mistrovstvích republiky v jednotlivých kategoriích? (jaká je popřípadě jejich výše?)

Od České basketbalové federace získáváme při našich současných soutěžních výsledcích kolem 400 000 Kč.

12. Získáváte finanční prostředky formou daru?

Jen zanedbatelné sumy.

13. Pokud je tento dar ve formě finanční, jaká je jeho výše? (pokud je jich více, jaká je jejich celková výše?)

Viz otázka č. 12.

14. Získáváte dotace i ze zdrojů EU?

Ne.

15. Financujete basketbalový klub také pomocí bankovních úvěrů?

Ne.

16. Plynou Vám určité finanční prostředky také z odstupného, výchovného, či hostování?

Několik hráčů za naše krátké působení už přestoupilo do klubů NBL a průměrně na sezonu počítáme s příjmem z výchovného s 200 000 Kč. V roce 2011 činil tento příjem 250 000 Kč za přestup Radovana Kouřila do španělského celku Lucentum Alicante.

17. Uveďte podíl příjmů ze sponzoringu, podíl příjmů z oddílových příspěvků, podíl příjmů ze státních dotací a podíl ostatních příjmů na celkovém rozpočtu.

Podíl ze sponzoringu je opravdu minimální, oddílové příspěvky v příjmech zaujímají kolem 15%, třetinový podíl pak zaujímají dotace od města Ostravy, třetinu příjmů také tvoří příspěvek od ČBF a zbytek zaujímají příjmy z výchovného a přestupů hráčů.

18. Má finanční krize vliv na získávání finančních zdrojů?

Ano, promítá se právě v získávání financí ze strany sponzorů. Zájem je minimální.

19. Jak nakládáte s volnými finančními prostředky?

Máme vyrovnaný rozpočet. Případné finanční prostředky však necháváme na krytí možných ztrát způsobených snížením příjmů z výchovného apod.

20. Spolupracujete nějakým způsobem i s ostatními basketbalovými kluby? (Pokud ano, jakým způsobem se to promítá v získávání finančních prostředků?)

Spolupracovali jsme s BK NH Ostrava, ale spolupráce se přestala vyvíjet a nyní, tak aby se to promítlo v našich financích, nespolupracujeme s nikým. S klubem BK Snakes Ostrava však spolupracujeme ohledně výchovy hráčů. Přibližně od věkové hranice 15 let přebíráme kontrolu nad nejkvalitnějšími hráči klubu Snakes Ostrava a o výchovu těchto hráčů se nadále staráme my.

4 Vyhodnocení výsledků šetření, návrhy a doporučení

4.1 SWOT analýza klubu BCM Ostrava v oblasti získávání finančních zdrojů¹⁰

INTERNÍ ANALÝZA			
		SILNÉ STRÁNKY	SLABÉ STRÁNKY
E X T E R N Í A N A L Ý Z A	P Ř Í L E Ž I T O S T I	<ul style="list-style-type: none"> - Nákup talentovaných hráčů s potenciálem v Moravskoslezském kraji - Investování do vzdělání trenérů (zahraniční stáže) 	<ul style="list-style-type: none"> - Zajištění kvalifikované osoby v oblasti marketingu za účelem získávání sponzorů/ zdrojů finančních prostředků z reklamy - Možnost získání finančních prostředků z fondů EU na organizaci mezinárodního turnaje
	H R O Z B Y	<ul style="list-style-type: none"> - Diverzifikace ve způsobech získávání finančních zdrojů - Nezávislost na jednom generálním sponzorovi - Kvalitní personální obsazení v klubu (jak týmu trenérů, tak vedení) 	<ul style="list-style-type: none"> - V případě špatné finanční situace možnost zrušit jak organizaci, tak účasti na mezinárodních, zahraničních turnajích

¹⁰ Vlastní zpracování

Vzhledem ke krátkému trvání klubu BCM Ostrava je získávání finančních zdrojů a celkové hospodaření klubu na dobré úrovni. Ze sledovaného období lze vyčíst, že klub není závislý na žádném sponzorovi, což by bylo při současné ekonomické krizi velmi nebezpečné. Zároveň je však tato skutečnost také nevyužitou příležitostí, kterou by mělo vedení klubu v budoucnu využít. Dalším faktem, který dokazuje stabilní postavení klubu i přes zmíněnou ekonomickou krizi, je rozdělení zdrojů finančních prostředků do více oblastí, což znamená, že možná ztráta jednoho ze zdrojů nebude pro klub znamenat bezvýhodnou situaci.¹¹

Jako další příležitosti pro zajištění finančních zdrojů se jeví také nákup mladých talentovaných hráčů z Moravskoslezského kraje. V celkové existenci klubu takto přestoupili pouze dva hráči, což při kvalitách trenérů vychovat z opravdu talentovaných hráčů kvalitní basketbalisty je poměrně málo. Následný prodej těchto talentů by určitě přinesl klubu větší množství finančních prostředků. Další příležitost poskytuje možnost dalšího rozvoje vzdělání trenérů. Byť jsou téměř na profesionální úrovni (trenéři Ing. Kamil Fajta a Mgr. Michal Černík vlastní trenérskou licenci A, trenéři Mgr. Dušan Hrdlička a Mgr. Patrik Smažák vlastní trenérskou B), tak určitě je i zde prostor k rozvoji. I zde by se totiž investované finance bezpochyby vrátily v podobě příjmů z prodeje hráčů a výchovného.

Nevyužitým zdrojem finančních prostředků jsou také fondy z EU. Vzhledem k organizaci mezinárodního turnaje by bylo vhodné kontaktovat agenturu zaměřenou na získávání financí ze zdrojů EU. Nicméně vše záleží samozřejmě na samotné Evropské unii, jestliže vypíše oblast možných dotací na organizaci mládežnického turnaje. Nevyužitým zdrojem je pak také sponzoring. Tato oblast by se určitě mohla rozvinout v pravidelný zdroj příjmů angažováním osoby kvalifikované v získávání sponzorů. Vzhledem k úspěchům klubu jak na domácí tak na mezinárodní úrovni není pravděpodobně problém v nezájmu sponzorů, ale v nízké aktivitě vedení klubu tyto potenciální sponzory kontaktovat.

Poslední možností v zajištění kladných výsledků hospodaření klubu se pak už netýká samotného získání finančních prostředků, nýbrž snížení nákladů. Možností jak případným finančním ztrátám zabránit, je odstranění dvou položek ve výdajích klubu. První položkou je zrušení účastí na mezinárodních, zahraničních turnajích, případně omezení na účast pouze na

¹¹ Viz Graf 3.4 Graficky vyjádřená struktura výnosů klubu BCM Ostrava v roce 2011 na str. 31

jednom takovémto turnaji. Druhou možností je ukončení organizace mezinárodního turnaje BCM CUP, v případě, že by klub nezískal dotace z fondů EU.

Celkově se však klub BCM Ostrava, byť ke své krátké historii, stává pevným bodem mládežnického basketbalu v České republice a to především za přispění angažovanosti vedení klubu v rozšiřování spektra finančních zdrojů.

5 Závěr

Cílem mé bakalářské práce byly všechny zdroje finančních prostředků, kterých využívá klub BCM Ostrava k zajištění soutěží svých týmů a tyto zdroje pak dále analyzovat a v případě negativních výsledků naleznout alternativní řešení k zabezpečení soutěží. Vzhledem k relativně pozitivnímu výsledku výzkumu mé práce bych ohodnotil činnost klubu BCM Ostrava na velmi dobré úrovni.

Výzkumná část mé práce byla založena na zjišťování dat na základě volného rozhovoru s vedením klubu BCM Ostrava a za pomoci práce s dokumenty. K jejich následnému zpracování a vyhodnocení pak byla použita metoda SWOT analýzy.

Celá práce je rozdělena do několika částí. První část je teoretická, ve které jsou definovány všechny níže užitá pojmy a celkově celá problematika týkající se alespoň částečně stanoveného problému. Následující část je zaměřena na analýzu výdajů a příjmů klubu BCM Ostrava tak, aby dle těchto faktů mohla být přehledně rozebrána problematika získávání finančních prostředků. Každý zdroj finančních prostředků je pak detailněji rozebrán tak, aby bylo možno v další části práce uvést potenciální problémy, kladné či záporné stránky a příležitosti, které se týkají této problematiky a které ovlivňují či v budoucnu mohou ovlivnit zdroje finančních prostředků a výši těchto prostředků klubu BCM Ostrava.

Význam mé práce a její výsledků by měl být založen na obecných faktech ohledně získávání financí, kterých by mohl využít kterýkoliv nejen basketbalový, ale také sportovní klub zaměřený na výchovu talentované mládeže s obdobnou výší rozpočtu.

Seznam použité literatury

Knihy

1. BORLOVÁ, Ilona a kolektiv. *Nevýdělečné organizace*. ASPI, a.s., 2008. 291 s. ISBN 978-80-7357-330-0.
2. DURDOVÁ, Irena. *Sociální, ekonomické a etické aspekty současného sportovního prostředí*. 1. vyd. Ostrava: VŠB – TU Ostrava, 2011. 132 s. ISBN 978-80-248-2439-0.
3. DURDOVÁ, Irena. *Sociálně-ekonomické aspekty sportu*. 1. vyd. Ostrava: Repronis, 2004. 86 s. ISBN 80-7329-075-8.
4. DURDOVÁ, Irena. *Základní aspekty marketingu ve sportu*. Dotisk 1. vyd. Ostrava: VŠB – TU Ostrava, 2009. 88 s. ISBN 978-80-248-0827-7.
5. ČVANČAROVÁ, Zuzana a kolektiv. *Podniková Ekonomika A*. Dotisk 1. vyd. Ostrava: VŠB – TU Ostrava, 2009. 309 s. ISBN 978-80-248-1421-6
6. HOBZA, Vladimír a Jaroslav REKTOŘÍK a kolektiv. *Základy ekonomie sportu*. Praha: Express, s.r.o., 2006. 191 s. ISBN 80-86929-04-3.
7. KOTLER, Philip a Kevin Lane KELLER. *Marketing Management*. 12. vyd. Praha: Grada, a.s., 2007. 792 s. ISBN 978-80-247-1359-5.
8. NOVOTNÝ, Jiří a kolektiv. *Ekonomika sportu – vybrané kapitoly III*. 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2010. 194 s. ISBN 978-80-245-1713-1.
9. NOVOTNÝ, Jiří a kolektiv. *Sport v ekonomice*. 1. vyd. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2011. 512 s. ISBN 978-80-7357-666-0.
10. PLAMÍNEK, Jiří a kolektiv. *Řízení neziskových organizací*. 1. vyd. Praha: DTP Lotos, 1996. 181 s. ISBN není uvedeno.
11. PŘIBOVÁ, Marie. *Marketingový výzkum v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada, 1996. 238 s. ISBN 80-7169-299-9.

Internetové zdroje

12. Basketbal [online]. Wikipedie [17. 2. 2012]. Dostupné z: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Basketbal>
13. Oficiální stránky klubu BCM Ostrava [online]. [17. 2. 2012]. Dostupné z: <http://www.bcm-ostrava.cz>
14. Oficiální stránky klubu BK Snakes Ostrava [online]. [26. 4. 2012]. Dostupné z: http://bksnakes.cz/o_klubu/index.php

15. SWOT Analýza [online]. Wikipedie [22. 2. 2012]. Dostupné z: <http://cs.wikipedia.org/wiki/SWOT>

Elektronické dokumenty

16. ČESKÁ BASKETBALOVÁ FEDERACE. ČBF: *přestupní řád basketbalu* [online]. [17. 3. 2012]. Dostupné z: http://www.cbf.cz/ftp/data/rady-2011/prestupni_rad.pdf
17. MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY. MŠMT: *Státní podpora sportu pro rok 2011* [online]. [31. 3. 2012]. Dostupné z: <http://www.msmt.cz/file/11994>
18. OSTRAVA: *Poskytnuté dotace 2011 sport* [online]. [14. 3. 2012]. Dostupné z: <http://www.ostrava.cz/cs/urad/magistrat/odbory-magistratu/odbor-socialnich-veci-skolstvi-sportu-a-volnocasovych-aktivit/oddeleni-skolstvi-sportu-a-volnocasovych-aktivit/dotace/telovychova-a-sport>

Seznam zkratek

BCM	Basketbalové centrum mládeže
SWOT	Strenghts, Weaknesses, Opportunities, Threats
TJ	Tělovýchovná jednota
MŠMT	Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy
ČSTV	Český svaz tělesné výchovy
ČR	Česká republika
BK	Basketbalový klub
NH	Nová huť
U	Under
ČBF	Česká basketbalová federace
ČOS	Česká obec sokolská
EU	Evropská unie
NBL	Národní basketbalová liga

Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Prohlašuji, že

- jsem byl seznámen s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě bakalářskou práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že bakalářská práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího bakalářské práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o bakalářské práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, bakalářskou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne.....

.....
jméno a příjmení studenta

Seznam příloh

Příloha č. 1 Charakteristika basketbalového klubu Snakes Ostrava

Příloha č. 1 Charakteristika basketbalového klubu Snakes Ostrava

Basketbalový klub Snakes Ostrava zajišťuje zájmovou pohybovou činnost chlapců od šesti do osmnácti let zaměřenou na basketbal. Má rysy jednak klasického basketbalového klubu, ale i zájmového kroužku, což ve skutečnosti znamená, že má větev výkonnostního i rekreačního sportu. [14]

Basketbalový klub má dva důležité cíle. A sice v samotném dění basketbalového klubu dát na jedné straně možnost sportovat co možná nejširší základně členů a na straně druhé, kvalitativně hrát basketbal na takové úrovni, aby co možná nejlépe reprezentoval nejen nás, ale i své okolí, tedy školu, město, region. Hlavním výkonnostním cílem basketbalového klubu je vychovávat hráče do nejvyšší seniorské soutěže, tedy do mužské NBL. [14]

Občanské sdružení a tím pádem i celé dění kolem BK Snakes Ostrava vzniklo notářským zápisem ze dne 15. března 1999. Tehdy již z předem zvážených kroků se začal budovat klub basketbalu zaměřený na práci s mládeží. S myšlenkou vytvořit takový chlapecký basketbalový klub přišel Mgr. Hrdlička Dušan, když na začátku školního roku 1998-1999 prvním nábořem dětí – chlapců do basketbalových přípravků, dal za následek do pohybu několik kroků, které nakonec vyústily ke vzniku subjektu občanského sdružení a tím i samotného basketbalového klubu. [14]